المصطلح العلمي العربي فى صناعة النفط والغاز
" تجربة خاصة "

د. عاطف نصار (*)

يرجع تاريخ صناعة النفط (البترول) إلى عام 1859 م عندما قام المغامر الأمريكي وليام دريك، ببناء أول برج لحفر أول بئر في عمليات استخراج النفط، وقد ازدهرت الصناعة، بعد ذلك، ازدهاراً غير مسبوق فى كل العالم، وشهدت أعظم ازدهار لها فى بلاد الشرق الأوسط،في السعودية وإيران والعراق ، وتشترك صناعة البترول إلى حد كبير فى صناعة الحضارة. الحضارة الزراعية كانت لها السيادة الكبرى حتى ظهور صناعة البترول، أما الحضارة الصناعية فهي سر صناعة النفط أو المصطلح عليه بالذهب الأسود. ولقد أفرزت الحضارة الزراعية معجماً من الأسماء، كون للإنسان حصيلة لغوية هائلة، الأصل في ميلادها وانتشارها وتكاثرها هو الفلاح وفي كل مكان. وتنوعت الألفاظ من فلاحة وزراعة إلى منتجات ومحاصيل ثم إلى أسماء، وفي التداول وانتقال البضائع أخذت شكل المقايضة، ثم اتخذت لها أسلوباً في البيع والشراء والتثمين وهو ما عرف بالعملة النقدية. المستعمل الأصلي للغة هو صانع اللغة وهذا أيضاً ما حدث في صناعة البترول، قام بهذه الصناعة، أول عهدها، فريق من الرعاة هم في أمريكا رعاة البقر وفريق من عامة البشر، كانوا في البداية كالسعودية من البدو وفي بلاد مثل العراق ومصر من الفلاحين والزراع الأشداء. هؤلاء هم أول من تعاملوا مع الصناعة وأول من اتجه إليهم شرح المصطلح وتوطين المصطلح في صناعة النفط والغاز. بدأ ذلك بما يعرف بالثقافة الصناعية أو الثقافة العمالية بمعنى أن يفهم المستعمل طبيعة الصناعة ومراحلها ومنتجاتها. ويفسر هذا، بطبيعة الحال، نشأة المصطلح العربي العلمي لصناعة النفط والغاز في تاريخ مبكر. ويفسر هذا، أيضا، اهتمام شركات عالمية مثل شركات شل الهولندية الإنجليزية وشركات النفط البريطانية والأمريكية العاملة في الشرق الأوسط بحركة ترجمة المصطلح وتعريبه، كما يفسر، أيضاً، انتباه مجمع اللغة العربية بالقاهرة لإصدار معجم النفط عام 1993م، وهو انتباه صادف اهتماماً من شركة أرامكو بالمملكة العربية السعودية التي حرصت على وضع معجم في مصطلحات النفط، ثنائي اللغة، يكون تحت تصرف العاملين في الشركة، حيث حرصت هذه الشركة أن يقوم مجمع اللغة العربية بالقاهرة بمراجعة هذا المعجم.

ونود أن نضيف، أن هذا الاهتمام من شركات النفط الإنجليزية والأمريكية والهولندية انتقل، أيضاً، إلى سائر الشركات العالمية، فقامت مجموعة شركات "انسي ايجبت" الإيطالية بوضع معجم ثلاثي اللغة، أي بالعربية

(*) رئيس جمعية لسان العرب – القاهرة

والإنجليزية والإيطالية، ليكون تحت تصرف العاملين بهذه الشركات العربية الإيطالية، وهي أكبر ما تكون في ليبيا، وشركات البترول الفرنسية العاملة في الجزائر وغيرها من البلاد العربية / الفرانكوفونية .

وأما مراد هذا البحث، فليس التركيز على الدروس اللغوية المستفادة من هذه المعاجم، فقد يكون لهذا بحث خاص. مراد هذا البحث هو التركيز على البعد الغائب في استعمالات مثل هذه المعاجم. لقد تميز معجم النفط الذي اعتمده مجمع اللغة العربية بالبساطة المتناهية فهو يعتمد في عملية التعريب على مطابقة المقابل العربي للأصل الأجنبي دون إغراب، كما أنه يعتمد على اللفظ الشائع الذي استقر استعماله في نشاط الصناعة. كل هذا في تركيب سهل يتناغم مع أصوات اللغة في العصر الحديث، كما أنه يصادق، أيضاً، على اللفظ العامي الذي يظن خطأ أنه من غير الفصيح، كما في استعمال لفظ "لقمة". هذا فضلاً عن إقرار المعجم للألفاظ الأعجمية التي دخلت اللغة العربية بمنطوقها الأعجمي، لكن مثل هذه المعاجم النموذجية، والتي ربما لم تتوفر لأنشطة أخرى بمثل ما توفرت لصناعة البترول، لا تجد الذيوع الكافي بين المستعملين العاملين بالصناعة أو بين الدارسين لهذا النشاط في كليات العلوم. وهذه هي المشكلة التي يتركز حولها البحث.

وقد قام الباحث بتجربة جديدة في هذا الصدد، استفادة من محاولات المجمع وتلبية للاحتياجات الماسة لمعرفة وفهم المصطلح العلمي في صناعة البترول. حيث قام بوضع معجم يعتبر معجماً وسيطاً اقتباساً لتجربة مجمع اللغة العربية بالقاهرة بالعمل على ثلاثة محاور لغوية هي وضع:

المعجم الكبير لخاصة المتخصصين.

المعجم الوسيط لعامة المتخصصين والتقنيين.

المعجم الوجيز لطلبة المدارس المتوسطة والعالية.

وقد جعل الباحث هذا المعجم معجماً في المصطلحات الفنية والمالية في صناعة النفط والغاز.

المعجم الوسيط في مصطلحات النفط والغاز:

وتضمن المعجم الوسيط، في مصطلحات النفط والغاز التكنولوجية والمالية، إضافة غير مسبوقة، علاوة على الإضافة الخاصة بسرد المختصرات الشائعة في هذه الصناعة، هذه الإضافة عبارة عن نواة جنين في مصطلحات التسويق ذلك لأن البعد التسويقي والتنشيطي في النشاط الاستثماري العربي مازال محدوداً. وبالتالي فإن الإلمام بالمصطلحات يكاد يكون مجهولاً إلا من قلة المتخصصين، في حين إن الخلفية التسويقية هي أساس أي نهضة اقتصادية صناعية أو زراعية أو إعلامية أو معلوماتية أو غير ذلك، لهذا حرص هذا المعجم الوسيط على وضع كشاف استرشادي تعريفي للمصطلحات التسويقية السائدة في صناعة البترول وقد أكد ضرورة الاهتمام بهذا البعد، وأن كثيراً من المصطلحات المالية بل والفنية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمعاملات التسويقية.

وقد تناول الملحق التسويقي إضافة جديدة علاوة على ما تقدم، وهي إضافة تمثل تطوراً جديداً في نشاط وضع المعاجم والمعاجم التخصصية، تلك الإضافات هي شرح المصطلح، أي عدم الاكتفاء بذكر المرادف أو المقابل له من العربية أو الإنجليزية، وهو اتجاه التزمنا به في عمل آخر هو دليل المدرب العربي في مصطلحات

التدريب. إن الدافع في ذلك هو أن يكون المفهوم والمقصود من المصطلح مفهوماً فهماً مشتركاً من مستعمل المصطلح، حيث يؤدي المعجم على هذا النحو وظيفة أساسية هي توحيد المصطلح وتوحيد المقصود من المصطلح، كما أن شرح المصطلح بطريقة ثنائية أي بلغته الأصلية واللغة العربية المقابلة له يساعد أيضا على تثبيت وترسيخ الكتابة العلمية القائمة على الأسلوب المباشر في شرح المعاني وعلى التركيب البسيط للجملة بالعربية أو الإنجليزية أو الفرنسية أو غيرها.

وهكذا، جاء المعجم الوسيط في المصطلحات الفنية والمالية النفطية، ملبياً للاحتياجات المباشرة للعاملين في صناعة النفط والغاز، كما جاء نتاجاً للاحتكار المباشر بالصناعة وتاريخها والفهم العميق للعاملين عليها في الدول العربية كافة، حيث أدرك الباحث خبرة بلغت نحو خمسين عاماً من المحيط إلى الخليج، فضلاً عن الاحتكاك بمراكز هذه الصناعة في العالم. و في ضوء ذلك فإن هذا المعجم الوسيط ينتظر الذيوع على أوسع نطاق، ولذا فنحن نضعه تحت تصرف مكتب تنسيق التعريب بالرباط، ليتبنى نشره وتداوله في المؤسسات الصناعية و في معاهد النفط والغاز في العالم العربي.